

# 和歌山県内におけるコンビニエンスストアの 立地に関する一考察

—— 1991 年と 2012 年を比較して ——

藤 田 和 史

## I はじめに

### 1. 問題の所在と研究目的

この 30 年ほどの間、日本の商業は大きな変化を遂げてきた。その傾向は、大きくは以下の 2 つにまとめることができるだろう。1 つ目は、個人商店・伝統的商店および従来型大型店の縮小である。都市の重要な役割に財の供給があり、小売業はその中核を担う業種である。小売業には個店と大型店とがあり、個店の商業集積である商店街がその機能・規模を大きく縮小させてきた。とりわけ、地方都市の中心商店街は深刻な状況にあり、「シャッター通り」と表現される状況であることはいうまでもない。一方で、百貨店など高次の財を供給する大型店も規模を縮小させつつある。三大都市圏の商業集積地では、現在においても百貨店の活発な出店・増床が継続する一方で、三大都市圏外では都心部に立地する百貨店の縮小・撤退がみられる。三大都市圏の郊外部や大都市圏外の地方都市では、自動車交通に対応した郊外型大型ショッピングセンターの開発が進められてきた。自動車交通に依存する地方都市では、都心立地の駐車場が少ない百貨店はこれらのショッピングセンターに集客を奪われる形で縮小・撤退傾向が継続している。2 つ目の変化としては、チェーン店の成長が挙げられる。1960 年代に新しい業態として誕生したスーパーマーケットチェーンがその代表例として挙げられる。とくにスーパーマーケットはセルフサービス・品目横断的品揃え・値引き販売を特徴とし、大手流通資本の物流機構を背景に高度成長期に多くの店舗を展開してきた。スーパーマーケットチェーンのうち、総合スーパー（GMS）は店舗規模・品揃え・立地などの面で既存の商店街と競合することとなり、1970 年代以降に都市部への出店規制が実施されてきた。しかし、1990 年代の規制緩和によって郊外への出店が容易となり、自動車交通に対応した郊外型の店舗が立地してきた。とはいえ、これらのスーパーマーケットチェーンも消費の多様化や他の業態の成長によって、縮小傾向へと転じている。また、従来これらの業態がターゲットとしてきたいわゆる「中流階級」の崩壊が業態の縮小に拍車を欠けているという指摘もある（荒井 2007：pp9-12）。

GMS など大型チェーンストアの成長が頭打ちになった一方で、小型のスーパーマーケットチェーン、とりわけコンビニエンスストアチェーンのみが成長を続けている。コンビニエンスストア（以下、CVS）は、小面積店舗・長時間営業<sup>1)</sup>・多様な品揃えを特徴に、全国へと店舗

網を拡大してきた。CVS は、長時間営業という利便性から、早朝から深夜まで来客が見込まれる。しかし、商品によっては高頻度で回転するものも存在し、それを絶えず補給する必要がある。その反面、CVS はその特徴の一つである店舗面積の小ささゆえに、店舗での在庫管理が困難である。ゆえにこのようなチェーンストアを成立させるには、これらの課題に適応した流通システムを確立する必要があるのである。上記の課題に対して、CVS は、次章で検討するように、多頻度小ロット配送方式で対応している。多頻度小ロット配送は、商品が必要に応じて、必要な量だけ配送する仕組みである。いわば、ジャストインタイムと類似した方式ともいえるが、同様の課題も有することとなる、すなわち、配送の時間に間に合わせる必要がある。ただ、ジャストインタイムと異なるのは、多頻度小ロット配送の場合は多数の拠点への配送を行う必要があることである。それと同時に、食品など配送する商品によっては生産時間などリードタイムが必要となる。多数の拠点を限られた時間で決められた時刻に配送することは、交通網に左右される。加えて、配送の効率という面では、CVS チェーン企業の負担となるために配送拠点を多数設置することは困難であり、少数の拠点から広範囲への配送を実施する必要がある。よって、配送拠点の設置はCVS チェーンの出店戦略とも関係してくるが、それと同時に配送の問題は距離を基盤とする地理的な問題という側面を有しているものである。

全国へと店舗網を拡大してきた CVS であるが、上記のような理由からその立地状況は一樣ではない。CVS の店舗は都市部で多く、人口が希薄な地域で少ないという傾向を示す。たとえば、2007 年の和歌山県の CVS の展開状況は人口 1 万人あたり 2.1 店と全国最低水準であり、10 年以上その状況が継続している。同じく 2007 年の全国平均は 3.4 店となっており、およそ 2/3 の数値である。人口規模が類似している山陰地方の 2 県でも鳥取県 2.7 店、島根県 2.4 店となっており、和歌山県の店舗数が著しく低いことがわかる。とはいえ、後述するように県全体としては 1991 年の 80 店から 2012 年には 265 店へと、店舗数自体は増加していることからそのような生活実感はともないにくい。ただ、県内でも和歌山市内のように店舗が多数立地している地域と、紀中・紀南の町村部のように店舗の立地がみられない地域もある。CVS が営利企業である以上、立地に濃淡が生じることは普通であるが、このような不均衡が発生するのはどのようなところに要因があるのかだろうか。また、県全体の立地が低調であるのはどのような要因によるのだろうか。それを考察するためには、CVS が増加する直前の 1990 年代初頭の状況と現在とを比較検討することが有効であると考えられる。

以上をふまえ、本稿は、和歌山県内の CVS に関して、その展開過程と立地状況について、市区町村別・チェーン別に 1991 年と 2012 年の状況を比較検討する。また、それを通じて県内

---

✓ 1) 商業統計調査における CVS の定義は、平成 9 年以前の調査では「売場面積 50m<sup>2</sup> 以上 500m<sup>2</sup> 未満で、セルフ方式を用い、営業時間が 12 時間以上または閉店時刻が 21:00 以降」となっている。平成 9 年以降に定義の改訂が行われ、それぞれ「売場面積 30 ～ 250m<sup>2</sup>」、「営業時間 14 時間以上」へと定義が改められた。以上に加えて、平成 9 年の定義では「食料品を取り扱っていること」という条件も追加されている。

の CVS の立地に関する課題とその要因を考察することを目的とする。

## 2. 研究の手順

まず、現状の CVS の立地状況を確認するために、橋本（2011）を参考に NTT タウンページが提供するインターネットタウンページ（<http://itp.ne.jp>、以下 i タウンページ）の情報から県内に立地する CVS 店舗の情報を抽出した。データの項目は、店舗名・所在地・電話番号等で構成されている。過去の店舗データについては、i タウンページから情報を得ることはできないために、NTT が 1991 年に発行した冊子体のタウンページから同じ内容のデータを作成した。これら作成したデータを、東京大学空間情報科学研究センター（<http://www.csis.u-tokyo.ac.jp/japanese/>、CSIS）が提供する csv ファイルアドレスマッチングサービスを利用して立地位置を示す地理座標データを付与した（図 1）。一部の店舗については、位置データを目視で確認の上、Google map を利用して位置情報を補正した<sup>2)</sup>。このデータを地理情報システムソフト ArcGIS 上でポイントデータに変換し、国土数値情報の行政区・鉄道・道路・人口集中地区（DID）

B	C	D	E
地域	名前	郵便	住所
和歌山県	和歌山県立医科大学三葛店	641-0011	和歌山県和歌山市三葛580
和歌山県	ファミリーマート/和歌山県庁前店	640-8268	和歌山県和歌山市広道8
和歌山県	ローソン/久保丁店	640-8225	和歌山県和歌山市久保丁4丁目64
和歌山県	ローソン/和歌山駅前通店	640-8342	和歌山県和歌山市友田町4丁目118
和歌山県	ローソン/和歌山西小二里店	641-0031	和歌山県和歌山市西小二里2丁目879-1
和歌山県	デイリーヤマザキ/和歌山市駅前店	640-8202	和歌山県和歌山市屏風丁11
和歌山県	ローソン/舟津町店	640-8255	和歌山県和歌山市舟津町3丁目16-3
和歌山県	ローソン/三葛店	641-0011	和歌山県和歌山市三葛264-4
和歌山県	ローソン/和歌浦中店	641-0025	和歌山県和歌山市和歌浦中2丁目1-12
和歌山県	いづち海南店	642-0034	和歌山県海南市鎌白172-8
和歌山県	サークルK/新宮あけぼの店	647-0025	和歌山県新宮市あけぼの4-22
和歌山県	デイリーヤマザキ/和歌山樓原店	640-8434	和歌山県和歌山市樓原217-4
和歌山県	ファミリーマート/和歌山中之島店	640-8392	和歌山県和歌山市中之島1544
和歌山県	ローソン/和歌山鈴丸店	640-8371	和歌山県和歌山市新八百屋丁1
和歌山県	ファミリーマート/和歌山内原店	641-0013	和歌山県和歌山市内原866-1
和歌山県	ファミリーマート/海南駅通店	642-0032	和歌山県海南市名高503-4
和歌山県	ローソン/海南市名高503番地	642-0032	和歌山県海南市名高503-4

H	I	J	K	L
LocName	FX	FY	ICnf	iLvl
和歌山県/和歌山市/三葛/580番地	13519029000000	3419556000000	5	7
和歌山県/和歌山市/広道/8番地	13516695000000	3422501000000	5	7
和歌山県/和歌山市/久保丁/四丁目/64番地	13516211000000	3423065000000	5	7
和歌山県/和歌山市/友田町/四丁目/118番地	13518843000000	3423223000000	5	7
和歌山県/和歌山市/西小二里/二丁目	13516177000000	3420499000000	5	6
和歌山県/和歌山市/屏風丁/11番地	13516736000000	3423567000000	5	7
和歌山県/和歌山市/舟津町/三丁目/16番地	13515813000000	3422074000000	5	7
和歌山県/和歌山市/三葛/264番地	13518628000000	3419117000000	5	7
和歌山県/和歌山市/和歌浦中/二丁目/1番	13517075000000	3419367000000	5	7
和歌山県/海南市/鎌白/172番地	13521086000000	3414804000000	5	7
和歌山県/新宮市/あけぼの/4番	13600636000000	3372186000000	5	7
和歌山県/和歌山市/樓原/217番地	13512709000000	3425660000000	5	7
和歌山県/和歌山市/中之島/1544番地	13518571000000	3423843000000	5	7
和歌山県/和歌山市/新八百屋丁/1番地	13518005000000	3423456000000	5	7
和歌山県/和歌山市/内原/866番地	13519566000000	3417117000000	5	7
和歌山県/海南市/名高/503番地	13521321000000	3415330000000	5	7

図 1 データの構成

2) 住居表示が実施されている地区と、大字など住居表が実施されていない地域とでは変換精度が異なるため、道路・鉄道や現況のデータと比定して著しくずれているデータについては補正が必要となる場合が多い。

等のデータと重ね合わせて立地傾向の分析・集計を行った。以下、ⅡではCVSの立地条件の検討と国内での展開過程について、既存研究をもとに検討を加える。ⅢおよびⅣでは県内のCVSの立地について、市町村等地域別およびチェーン店別にその立地動向を検討する。そしてⅢ・Ⅳから得られた知見をもとにして、Ⅴで県内のCVSの立地に関する課題を検討していく。

## Ⅱ コンビニエンスストアの成立条件と国内のコンビニエンスストアの展開過程

### 1. コンビニエンスストア成立の諸条件

本節では、既存の研究を参考にしてCVSの成立条件について検討する。箸本（2002）では、コンビニエンスストアの成立条件について以下の3点を挙げている。まずは、1店舗あたりの1日の売上である。箸本は1999年度の大手CVSチェーン3社の1日平均売上から、1店舗あたり55万円程度の売上が必要であると指摘している。次に、集客数である。チェーン店協会の調査によると、CVSにおける来客一人あたり平均購買額は600円であるとされる（1999年調査）。先の売上と合わせて計算すると、1日あたり1000人程度の来客が必要となる。そして、各店舗の徒歩商圈である。箸本によれば、セブンイレブンでは都市部店舗の徒歩商圈は500mと設定されている。ただし、この条件は居住人口を前提とするものではなく、自動車による来店者も含むため店舗が面する道路の交通量等を勘案することでも可能であるとされる。いずれにしても、店舗の経営が維持されるには、1日あたりの集客1000人が見込まれることが前提となる。

以上の成立条件はCVSにとっては店舗を成立・維持するために必要となる外部条件である。先に述べたとおり、CVSはその業態特性から店舗に多量の商品在庫を置くことができない。また、CVSの主力商品は弁当・おにぎり・サンドウィッチなどの米飯類である。これらの主力商品を店頭から絶やすことのないように、かつ過剰にならないように供給することが求められる。そのためにCVS業界では米飯類については1日3回という高頻度配送が業界標準となっている。しかしながら、そのために利用できるトラックは無限ではないし、米飯類の製造には時間も必要である。CVSチェーンは、その経営上最小限のトラックで、最大限の店舗に配送する必要がある<sup>3)</sup>。また、米飯類を過不足なく、かつ配送時刻までに生産する時間が必要となる。チェーン企業は自社の経営上の課題、上記のようないわゆる内部条件についても対応する必要があるのである。

上記の内部条件の解決策としてチェーン企業で採用されている方法は、店舗のレジとチェーン本社のサーバをオンラインで結び、POS（Point of Sales）情報を収集して販売・在庫情報の管

---

3) 箸本（2002）によれば、物流費の構成で最も高いのがドライバーの人件費であるが、次いで高いのがトラックの減価償却費である。ゆえに、多頻度配送が業界標準であっても、同一のトラックを利用して配送するケースが多いという。



理を行う手法である<sup>4)</sup>。この情報システムは同時に発注システムも兼ねており、各店舗からは定時に商品が発注され、本社のサーバを経由して米飯類の生産工場や商品サプライヤーへと注文が送付される。米飯類・その他商品は各店舗ではなくチェーンの配送センターに一旦納入され、店舗ごとの発注分量に再仕分けされた上で配送される。しかし、ここで先の配送システムが課題となる。最小限のトラックで最大限の店舗に配送し、かつ1日で3回配送するには、単純に計算して1台のトラックが1回の配送で稼働できる時間の上限は8時間となる。だが、トラックの乗務員には休憩が必要であり、トラックは清掃・給油など整備が必要となる。また、商品の積載・荷卸しの時間も必要となり、それらを除けば実際の稼働時間は6時間が上限とされる。この6時間もセンターと店舗の往復の時間であり、ゆえに配送センターから片道3時間が配送の最大距離とされている。すなわち、CVSが成立するための輸送上の内部条件は、上記のセンターから片道3時間という「配送圏」といえよう（箸本 2002）。

この配送圏問題に関して、CVS チェーンは「ルート配送」という方法を採用している。ルート配送は、「集約点で店舗別に仕分けた商品を1台のトラックに数店舗分積載し、定められた配送経路を巡回しながら配送」する方法と説明される（土屋・箸本 2004：p114）。上記の片道3時間という条件から、配送する店舗は配送センターから大きく離れることはできない。これは配送効率という観点からも広範囲に店舗が散在しているよりも、限られた範囲に店舗が集中している方が有利である。逆からみれば、店舗の展開は外部条件と同時に配送センターからの時間・距離という内部条件に規定されているともいえる。ゆえに、CVS チェーンはある程度空間的に集中して店舗展開し、ドミナントエリアを形成することになる<sup>5)</sup>。CVS チェーンはその勃興期には、各社の本社が立地する都市圏にドミナントエリアを形成し、順次周辺に拡大していく展開パターンを示す（土屋 2001）。CVS チェーンはフランチャイズ方式によって多店舗展開を進めていくが、大都市圏はどの需要が見込めない大都市圏外の地域では、各社とも独自の出店戦略を立ててドミナントエリアを形成していったのである。

## 2. 国内におけるコンビニエンスストアの展開過程

ここでは、土屋（2001）を参考に、CVS の店舗展開の動向を概観する。図2は1996年時点の市区町村別に示したCVS チェーンの立地状況である。これによれば、三大都市圏、とりわけ首都圏に集中していることがわかる。三大都市圏外では、札幌・仙台・広島・福岡など広域中心都市を中心に店舗の集積がみられる。これら以外の集積としては、全国の県庁所在都市への集積がみられている。土屋の指摘では、これらの集積は1990年代に入って形成されたもの

---

4) 詳細は荒井（1989）、箸本（2004）を参照のこと。

5) 土屋（2000）によれば、ドミナントエリアとは密度の高い店舗網を形成することを通じて、店舗間の配送コストを相対的に低下させていくための方法を指す業界用語としている。ただし、ドミナントエリアとは空間的な意味を持つ用語であり、CVS の店舗展開を考える上では重要な語であるとしている。

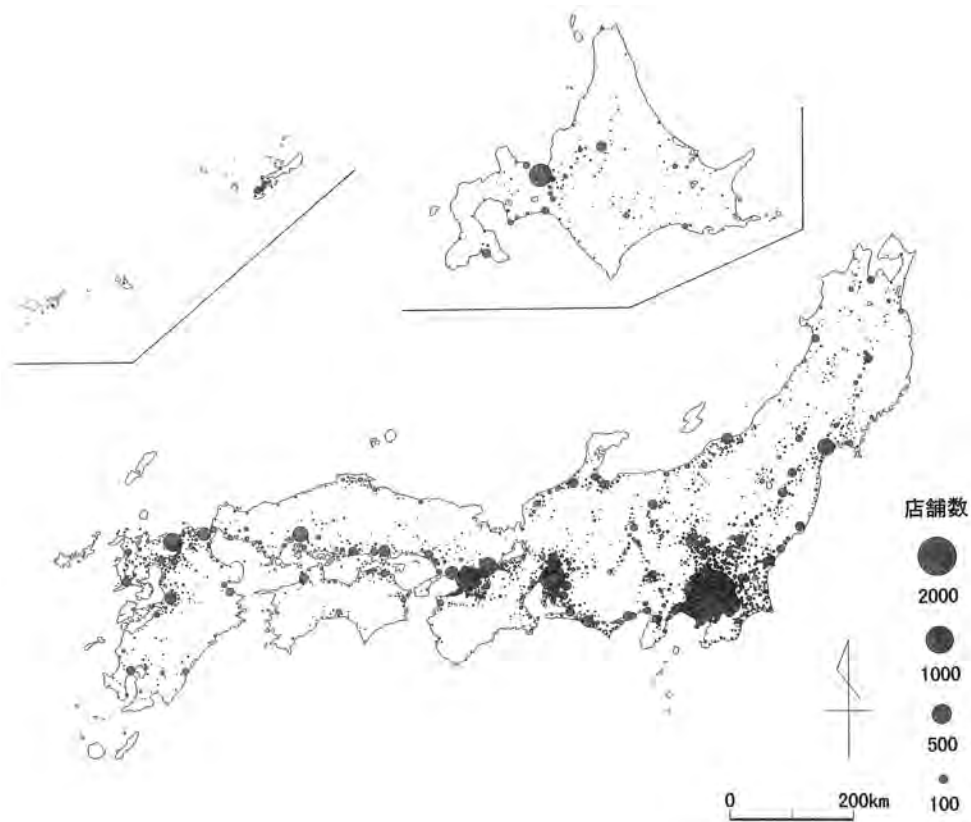


図2 CVS (チェーン店) の分布 (1996年)

注) 市町村単位で表示 (東京23区は1つの市とした)。

資料: 『日本の総合小型店チェーン (1996年度版)』より作成。

(土屋2000より転載)

といわれている。また、直線上に集積が形成されているが、これは配送の関係で幹線道路が通っている市区町村に店舗が立地しているためでもある。その一方で、店舗の立地がみられないのが各地方の山間部、半島部、離島である。また、人口分布が希薄な北東北、近畿南部、山陰、四国南部、九州南部にも店舗立地がみられない。土屋は地域別に分布状況を検討している (表1)。人口1万人あたりの店舗数を検討した結果、100万人以上の都市 (政令市等) では2.71店であるものが、規模が小さくなるに従って減っていき、5千人未満では0最低規模の0.40店となる。しかし、CVSが立地している市区町村に限って再集計した結果では、人口1万人未満の町村で店舗数が3.81店と大きくなる逆転現象を見出している。このような差が出る要因として、土屋はCVSが展開できる小規模町村が限定されていることを挙げている。先のドミナントエリア形成について、CVSでは配送センターの立地と交通事情が重要な課題となる。小規模町村へのCVSの立地は配送センターがある南関東など首都圏郊外部の町村への立地が中心であり、配送センターが少ない地域や配送圏成立の条件に収まらない地域へは出店が見送ら

表 1 CVS の全国的展開状況

	人口1万人当たりの店舗数 (1995年)		CVSのある市町村の割合(%)			上位3チェーンの割合(%) (1997年)		
	全体	CVSのある市町村	1989年	1997年	97-89年	セブンイレブン	ローソン	ファミリーマート
地域別	北海道	2.81	3.00	20.8	72.6	51.9	29.2	17.8
	北東北	1.25	1.60	13.3	63.6	50.3		10.9
	南東北	2.11	2.30	39.0	80.5	41.5	40.3	17.3
	北関東	3.02	3.07	71.6	92.2	20.6	34.5	6.1
	南関東	2.84	2.85	83.2	90.4	7.2	27.9	13.7
	甲信越	2.41	2.66	40.5	67.6	27.0	40.0	15.5
	北陸	1.83	2.00	25.2	67.6	42.3		
	東海	2.30	2.40	45.5	78.2	32.7	7.9	15.5
	近畿	1.55	1.63	36.5	64.1	27.6	4.1	45.3
	山陰	0.63	0.97	8.3	37.5	29.2		
	山陽	1.69	1.91	24.1	46.8	22.7	27.8	24.0
	四国	1.03	1.32	14.4	43.1	28.7		49.3
	北九州	1.86	2.05	32.2	63.6	31.5	30.3	18.7
	南九州・沖縄	1.18	1.51	12.5	51.2	38.7	12.5	16.1
都市階層別	100万人以上	2.71	2.71	100.0	100.0	0.0	15.7	20.8
	30～100万人	2.27	2.27	100.0	100.0	0.0	17.9	19.9
	10～30万人	2.29	2.29	95.5	100.0	4.5	22.8	16.0
	3～10万人	1.95	1.99	79.4	99.0	19.6	22.1	13.0
	1～3万人	1.45	1.83	43.0	87.8	44.8	23.5	10.7
	5千～1万人	0.89	2.13	11.4	55.9	44.5	23.8	8.8
	5千人未満	0.40	3.81	2.1	15.5	13.5	31.4	10.5
	平均	2.15	2.31	35.3	66.8	31.5	19.9	16.8

注1) 太字は平均以上を示している。

2) 都市階層別における人口1万人当たりの店舗数は、各階層市町村の平均値を示している。

3) 北東北は青森県・岩手県・秋田県、南東北は宮城県・山形県・福島県、北関東は茨城県・栃木県・群馬県、南関東は埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県、甲信越は新潟県・山梨県・長野県、東海は岐阜県・静岡県・愛知県、三重県、北九州は福岡県・佐賀県・長崎県・大分県、南九州・沖縄は熊本県・宮崎県・鹿児島県・沖縄県を指す。

資料：『日本の総合小売店チェーン』（各年度）により作成。

(土屋 2000 より転載)

れる。すなわち、交通条件の悪い遠隔地の町村へはCVSが出店しにくい条件がそろっているといえる。地域別の検討でも、大都市圏を持たない北東北・山陰・四国・南九州での出展が遅れている傾向がみられる。これらの地域では、一部の地区を除けば、高速道路など道路網が未整備の状態にあり、人口分布が希薄なことと合わせてCVSの立地が進まない原因ともなっている。

では、現在の傾向はどうなっているのだろうか。図3と図4は現在のCVSの立地動向を都道府県別に示したものである。図3をみると、土屋の指摘した傾向と大きな変化はなく、CVSは三大都市圏内および広域中心都市のある都道府県を中心に立地している。図4のaおよびcは商業統計表上でCVSと分類されるすべての店舗終夜営業店について、全人口1万人あたりの店舗数を示している。これによると、総じて東日本と九州で高く、近畿南部から中四国の一部で低い傾向がみられる。これは先にみた土屋が指摘した傾向に一致する。同様に、bおよびdは上記の店舗区分について、都市域の一つの目安として利用されるDID人口1万人あたりの店舗数を示している。こちらほぼ類似した傾向がみられるが、詳細に検討すると、a・cでは店舗数が小さくなった近畿南部や山陰で高まる傾向がみられ、逆に首都圏中心部では低下したようにみられる。この要因には、これらの地域のDID人口比率と店舗構成が挙げられる。DIDは先述の通り都市域の目安として利用される。すなわち、人口規模が大きい市区町村で

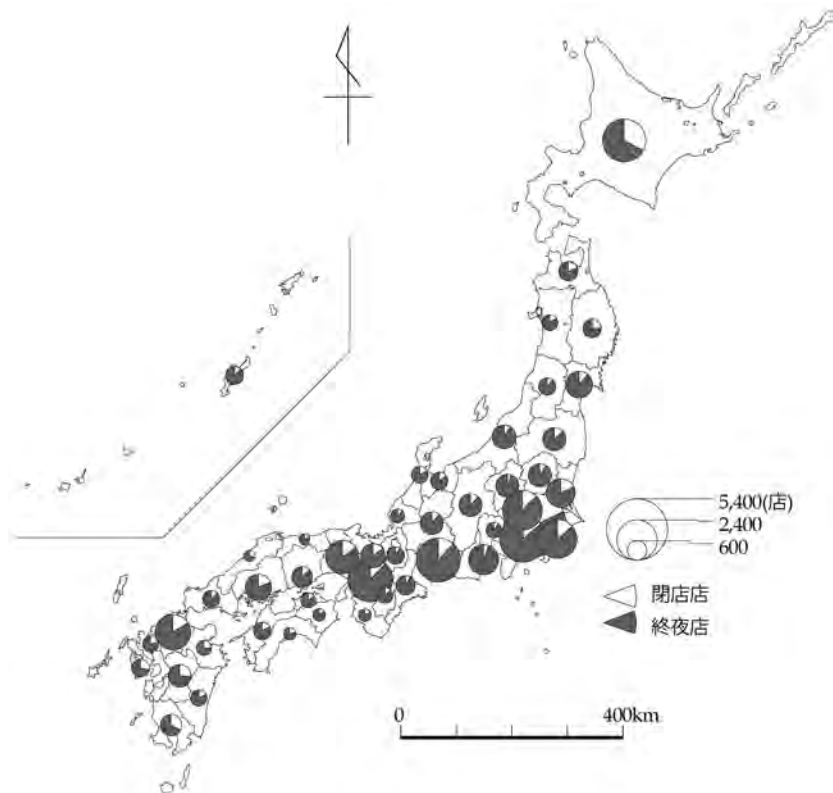


図3 都道府県別にみた全国のコンビニエンスストアの立地状況（2007年）

（資料：商業統計調査）

注）終夜店とは24時間営業の店舗、閉店店とは夜間等に閉店する店舗を示す。

はDID人口も大きく、小さい都市の場合はDID人口も小さくなる傾向がみられる。また、図3をみても店舗構成も都市部を中心に終夜営業店が全国的に増加し店舗数の大部分を占めるため、夜間に閉店する店舗を含めても店舗数は大きくは変わらない。とはいえ、大都市圏外では夜間に閉店する長時間営業店も一定数存在する。そう考えると、首都圏ではDID人口が全人口の80～90%を占めており、終夜営業店と全店舗の数も大きくは変わらない。低下したようにみえるのは、周辺の地区で店舗数が相対的に上昇するためである。とりわけ、大都市圏外で町村部の居住人口が大きい地域では、DID人口は相対的に少数となり、DID人口比の店舗数は大きくなる傾向があるともいえる。すなわち、地方の中小都市に限ってみれば、CVSは飽和状態となっている可能性があるといえよう<sup>6)</sup>。

上記のような傾向がみられる一方で、和歌山県に目を転じると、1996年でも現在でも低位

6) 土屋（2000）は、1997年時点で首都圏ではCVSの出店が飽和状態になっていることを指摘している。当時の首都圏では、1km<sup>2</sup>あたりの店舗密度が4店舗以上となる市町村が存在し、武蔵野市では5.5店舗ともっとも高くなっていると述べている。これを人口1万人あたりに換算しても4.37店舗とかなりの高密度の状態であり、首都圏郊外部での飽和状態が顕著であると指摘している。



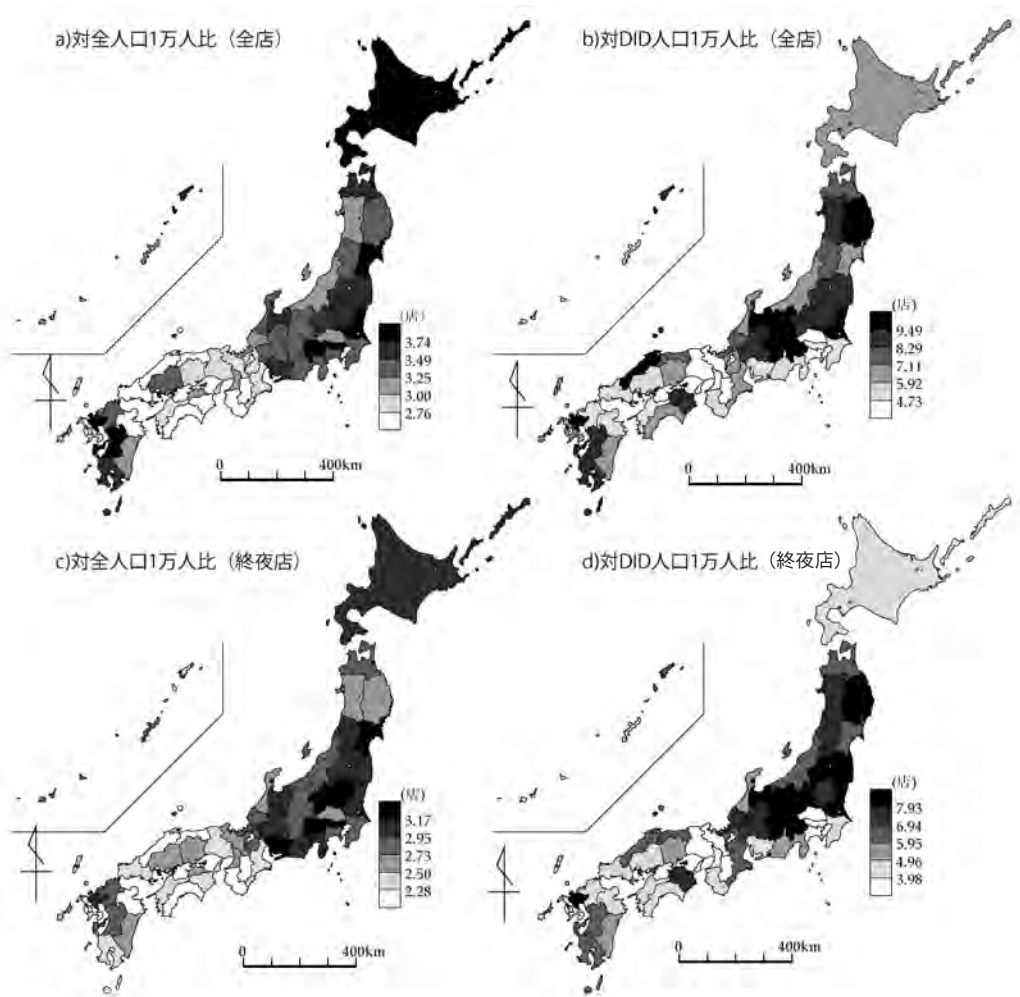


図4 人口からみた全国のコンビニエンスストアの立地状況(2007年・2010年)

(資料: 国勢調査・商業統計調査)

注) 国勢調査指標は2010年調査, コンビニエンスストアの店舗数は2007年調査のもの。

に位置してほぼ変化がみられない。最初に述べた通り、2012年の和歌山県の状況はいずれの場合においても図4に示した値は2.4, 3.8, 2.1, 3.3と平均を大きく下回り、全国最低水準にある。和歌山県のDID人口比は全人口の39.4%であり、全国平均の50.8%と比較しても極端に低くはない。にもかかわらず、他地域でみられたDID人口比時の数値の著しい上昇はみられない。この要因には、和歌山県がその人口規模に対して、相応の店舗数のCVSの立地が進んでいないことが考えられる。土屋(2001)の図2でも和歌山市付近等に小規模な集積がみられるのみである。先にも述べたように県内のCVSの立地状況も一様ではなく、市町村間で大きな偏在が認められる。次章ではより詳細に県内のCVSの立地状況について検討したい。

### Ⅲ 和歌山県内のコンビニエンスストアの展開過程

本章では和歌山県内の CVS の店舗展開過程，立地状況について，地域別，市町村別にその傾向を分析する。

#### 1. 1991 年の状況

図 5 の a は 1991 年時点での県内の市町村への CVS の立地状況を示している。1991 年時点では和歌山県内には 80 店の CVS が立地していた。そのうち 65 店が紀北に，紀中・紀南に 15 店が立地し，人口分布にそった立地をしていたといえよう。より詳細に検討すると，CVS の立地は市部，とくに和歌山市への立地が顕著である(52 店)。和歌山市以外では海南・橋本・田辺・新宮の各市に立地しているが，いずれも数店程度である。町村部では那賀郡・伊都郡といった紀北の町村への立地が中心であり，紀南では白浜・串本など観光地に限られる。

各店舗が市町村内でどのような場所に立地しているかを検討するために，DID のデータとオーバーレイして店舗数を集計した(表 2)。なお，1990 年時点の県内市町村における DID の概況は表 3 に示す通りである。DID に立地する店舗は 51 店，DID 外に立地する店舗は 29 店である。市部を中心として DID に立地する店舗がみられる一方で，町村部は DID 外への立地

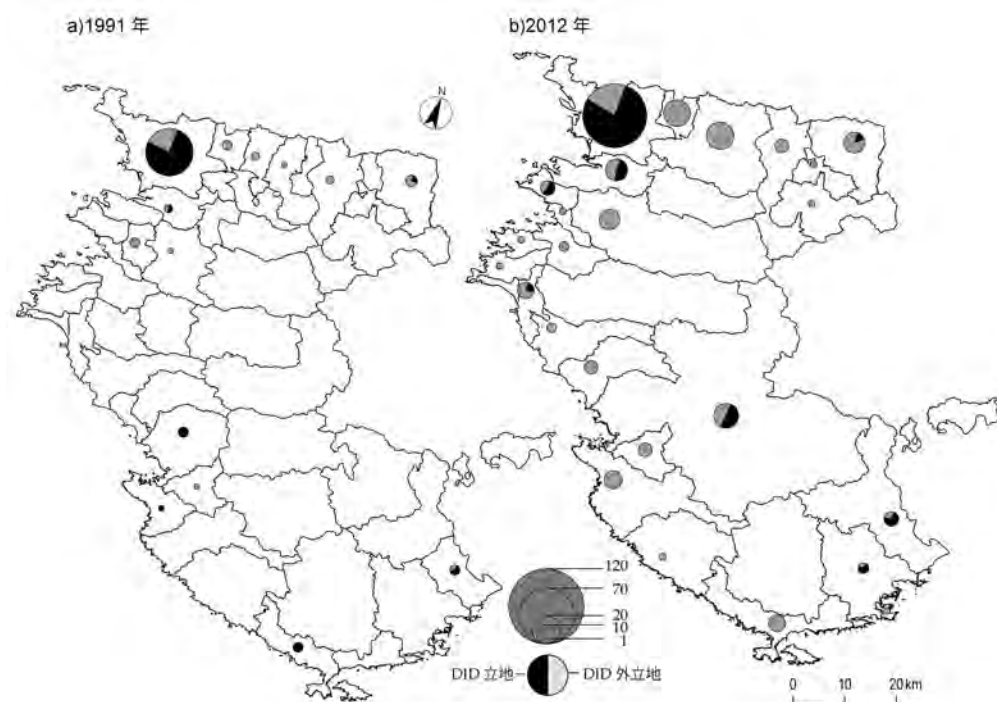


図 5 和歌山県内市町村における立地地域別

コンビニエンスストアの出店動向 (1991 年・2012 年)  
(資料：インターネットタウンページ・タウンページ)

表 2 立地地域別にみた県内市町村における CVS 店舗の展開状況 (1991 年・2012 年)

a)1991年					b)2012年					
	人口	DID立地	DID外立地	店舗数計		人口	DID立地	DID外立地	店舗計	
紀北	和歌山市	396,553	40	12	52	和歌山市	369,400	89	25	114
	海南市	48,596	1	1	2	海南市	54,790	7	8	15
	橋本市	46,594	1	3	4	橋本市	66,362	2	12	14
	下津町	15,794	0	0	0	紀の川市	65,845	0	16	16
	野上町	9,298	0	0	0	岩出市	52,890	0	15	15
	美里町	4,917	0	0	0	紀美野町	10,395	0	0	0
	打田町	13,868	0	2	2	かつらぎ町	18,228	0	4	4
	粉河町	16,171	0	1	1	九度山町	4,963	0	1	1
	那賀町	9,377	0	0	0	高野町	3,979	0	1	1
	桃山町	8,574	0	0	0	有田市	30,605	4	3	7
紀中	貴志川町	17,136	0	0	0	御坊市	26,106	2	7	9
	岩出町	32,846	0	3	3	湯浅町	13,215	0	1	1
	かつらぎ町	22,112	0	1	1	広川町	7,717	0	2	2
	高野口町	15,562	0	0	0	有田川町	27,137	0	9	9
	九度山町	7,076	0	0	0	美浜町	8,077	0	0	0
	高野町	6,611	0	0	0	日高町	7,433	0	1	1
	花園村	652	0	0	0	由良町	6,505	0	1	1
	有田市	34,810	0	0	0	印南町	8,606	0	2	2
	御坊市	29,133	0	0	0	みなべ町	13,477	0	4	4
	湯浅町	16,525	0	0	0	日高川町	10,517	0	0	0
紀南	広川町	8,809	0	0	0	田辺市	79,107	10	9	19
	吉備町	13,621	0	3	3	新宮市	31,493	5	2	7
	金屋町	10,426	0	1	1	白浜町	22,697	0	7	7
	清水町	5,823	0	0	0	上富田町	14,807	0	4	4
	美浜町	8,920	0	0	0	紀すさみ町	4,731	0	1	1
	日高町	6,862	0	0	0	那智勝浦町	17,082	3	1	4
	由良町	8,529	0	0	0	太地町	3,251	0	1	1
	川辺町	6,780	0	0	0	古座川町	3,103	0	0	0
	中津村	2,594	0	0	0	北山村	486	0	0	0
	美山村	2,372	0	0	0	串本町	18,257	0	6	6
紀南	龍神村	4,847	0	0	0	県総計	1,001,261	122	143	265
	南部川村	6,676	0	0	0					
	南部町	8,433	0	0	0					
	印南町	10,315	0	0	0					
	田辺市	69,859	3	0	3					
	新宮市	35,925	2	1	3					
	白浜町	19,243	1	0	1					
	中辺路町	4,027	0	0	0					
	大塔村	3,181	0	0	0					
	上富田町	13,180	0	1	1					
紀南	日置川町	5,494	0	0	0					
	すさみ町	6,309	0	0	0					
	串本町	17,385	3	0	3					
	那智勝浦町	20,610	0	0	0					
	太地町	4,098	0	0	0					
	古座町	6,552	0	0	0					
	古座川町	4,193	0	0	0					
	熊野川町	2,215	0	0	0					
	本宮町	4,229	0	0	0					
	北山村	613	0	0	0					
県総計	1,074,325	0	0	80						

(資料:国勢調査各年版およびタウンページ・iタウンページ)

注)1991年の人口は1990年、2012年の人口は2010年の国勢調査のもの。

(資料:国勢調査各年版およびタウンページ・タウンページ)

注) 1991年の人口は1990年、2012年の人口は2010年の国勢調査のもの。

店舗が中心となっている。しかし、次章で検討するように、紀北の町村部で CVS は、DID 外とはいえ、主要国道や駅周辺などそれぞれの町村の中心集落へと立地しており、DID に準ずる立地条件を満たしているといえよう。紀南の町村部では白浜町・串本町のいずれもが DID に立地している。これらの町村では温泉街や中心駅が立地する集落に店舗が立地しており、それらがいずれも DID に含まれている。

## 2. 2012 年の状況

同様に図5のbは現在の和歌山県内のCVSの立地状況を示している。現在、和歌山県内には265店のCVSが立地している。そのうち、180店が紀北に、36店が紀中に、そして49店が紀南に立地しており、1991年と同様に人口分布にそった立地傾向を示している。詳細に検討すると、平成の大合併を経て町村数に変動があるために単純には比較できないが、紀美野・美浜・日高川・古座川・北山の5町村をのぞくすべての市町村にCVSが立地するようになった。紀北では和歌山市での店舗の増加が著しく、114店と20年間でおよそ2倍になっている。和歌山市以外でも紀北の市部ではこの20年間で店舗数が3～5倍に増加しており、紀北の町村部へのCVSの集積が進んでいる。その一方で、1991年では市部へのCVS立地がみられなかった紀中では有田・御坊の各市に立地がみられるようになった。町村部では山間部の日高川町にCVSの立地がみられないが、類似した傾向を持つ有田川町には店舗の立地がみられる。紀南では市部については、田辺・新宮の両市に店舗の立地がみられるが、田辺市については合併以前の旧田辺市への立地である。町村部についても先述の2町村をのぞくすべての町村に店舗が立地しているが、白浜・串本・那智勝浦といった観光地を有する町村での立地が増加している。

1991年と同様に、各店舗が立地市町村内でどのような場所に立地しているかを検討するために、DIDのデータとオーバーレイして店舗数を集計した(表2)。1990年と比較するとDIDが消滅した町村や、面積・人口に変動した町村も散見されるが、すべての市町村で人口は減少、面積は紀北から紀中の市部で増加している(表3)。DIDに立地する店舗は122店、DID外に立地する店舗は143店である。1991年と比較するとDID外立地店舗が4倍強に増加している。これは、主に町村部での店舗の増加が理由であるが、それと同時に市部郊外での店舗増加も挙げられる。DID外の店舗の多くは主要国道や駅が立地する中心集落への立地がみられることは

表3 和歌山県内の人口集中地区と人口・面積の変化  
(1990年・2005年)

	1990年		2005年		1990-2005変化率	
	人口(人)	面積(k㎡)	人口(人)	面積(k㎡)	人口(%)	面積(%)
和歌山市	299502	58	292538	63.6	-2.4	8.8
海南市	25179	6	20360	5.64	-23.7	-6.4
橋本市	6670	1.5	6176	1.91	-8.0	21.5
(高野口町)	6076	1.3	5565	1.52	-9.2	14.5
有田市	9986	3.6	8329	3.64	-19.9	1.1
御坊市	10096	2	7653	1.77	-31.9	-13.0
田辺市	40435	7.3	34783	6.74	-16.2	-8.3
新宮市	29042	4.8	19631	3.82	-47.9	-25.7
湯浅町	9826	1.4	7676	1.39	-28.0	-0.7
白浜町	5258	2.1	-	-	-	-
串本町	5886	1.4	-	-	-	-
那智勝浦町	7291	1.7	5559	1.13	-31.2	-50.4

(資料：国勢調査各年版)

注) 白浜町・串本町の人口集中地区は2005年時点では消滅している。



先に指摘したが、これらの地区への増加とともに2012年までの20年間で増加したのは主要地方道沿道の店舗である。紀北では国道24号線が東西に走っているが、その南北に主要地方道が並走している。これらも交通量が多く、集客を期待できることから立地が進んだものと考えられる。しかし、紀中・紀南ではそういった傾向はみられず、主要国道の沿道や市街地の外縁部での立地増加に限られる。紀中・紀南の主要地方道は山間部の人口希薄な地域と海岸部の国道とを結ぶ道路となっている。ゆえに、紀北のような効果は得られないことから立地が進まなかったものと考えられる。

#### Ⅳ チェーン店別にみた和歌山県内のコンビニエンスストアの展開状況

本章では県内に立地するCVSチェーン別に、CVS店舗の展開過程・立地状況について、地域別・市町村別に検討する。

##### 1. 1991年の状況

図6および図7は、1991年時点での和歌山県内のCVS店舗の立地状況を示している。1991年時点で和歌山県内に展開している主要CVSチェーンは、ローソン、デイリーヤマザキ、Kマート、タイムズマート、そして、いしづちの5チェーンである。

これらのチェーンのうち、ローソンとデイリーヤマザキは類似した立地傾向を示しており、紀北の市町村にドミナントエリアを形成している。ローソンは18店舗出店しているが、そのうち15店が和歌山市に、残る3店も岩出町・粉河町といった紀北の町村に立地が限られている。デイリーヤマザキも6店舗出店しているが、和歌山市、海南市や橋本市といった紀北の市部が中心となっている。Kマートも6店舗中5店舗が和歌山市と岩出町という紀北にドミナントエリアを形成しているが、一部が吉備町に出店している。紀中・紀南では、ニュージョイス・タイムズマート・いしづちといったローカルチェーンが卓越していた。このうち、いしづちは田辺市や白浜町に集中的に店舗を展開していた。県内では他に和歌山市内と打田町に店舗が立地していたが、ドミナントエリアとしては相互に独立していると考えられる。

このほか、1991年時点の特徴としては一般の商店や個人商店がCVSを名乗るものや大手酒販系のCVSチェーンが立地していることである。これはタウンページというデータの限界もあるかもしれない。しかし、この時期は大手CVSチェーンの店舗展開が進む以前であり、長時間営業店舗や弁当の販売店、食品スーパーチェーンの立地が少ない町村部で顧客への利便性を図った店舗がCVSを名乗るケースがあったようである。

これらのチェーンが、どのような立地指向を持って出店しているのかを検討するために、立地地域別に集計した(表4)。当時県内に出店していた80店舗中DIDに立地している店舗が51、DID外に立地している店舗が29であった。このことから、この時期は主として都市部、人口集積地域への出店が進んでいたと判断される。チェーン別に検討すると、ローソンはDID

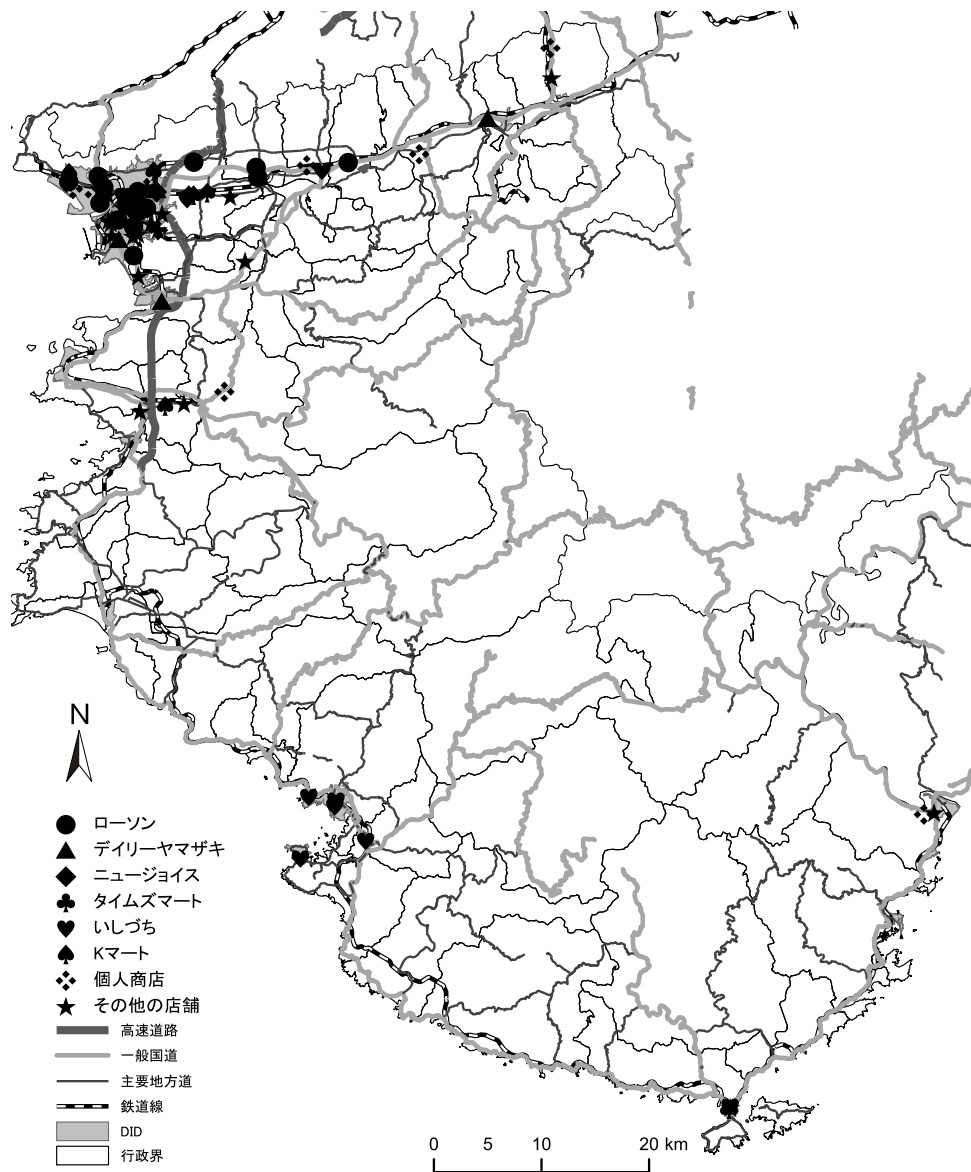


図6 和歌山県におけるチェーン種別のコンビニエンスストアの立地状況（1991年）

（資料：タウンページ）

への立地が顕著であり18店舗中13店舗がDIDへの立地であった。とりわけ、和歌山市内に立地する15店舗については、13店舗がDIDに立地している。これは、デイリーヤマザキといしづちも同様である。デイリーヤマザキは6店舗中紀北の市部に立地する4店舗がDIDに、いしづちは11店舗中紀南に展開する店舗を中心に7店がDIDに立地している。Kマートは6店舗のみの出店なので一般化することは難しいが、DID外の出店が多い。図7をみると、Kマ

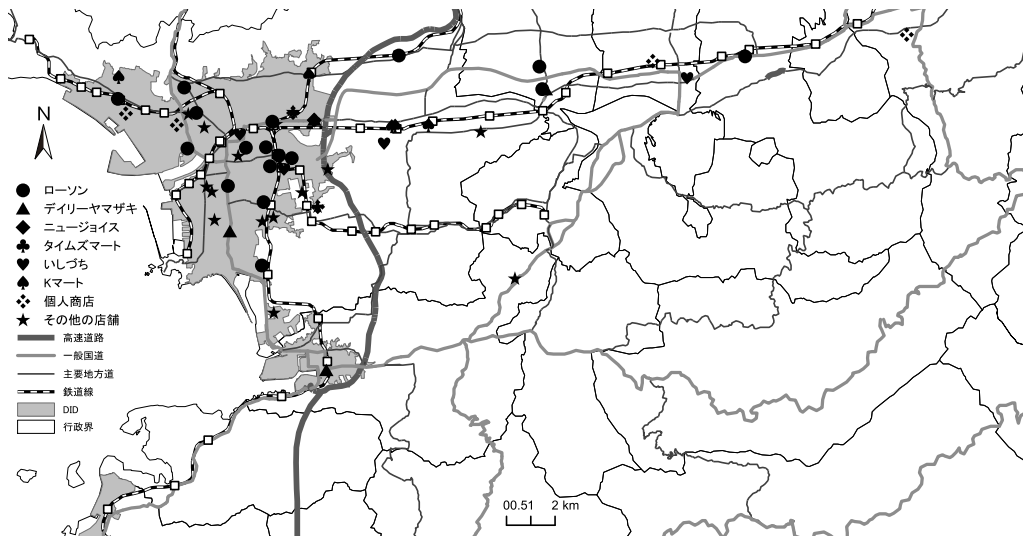


図 7 紀北地域におけるチェーン種別のコンビニエンスストアの立地状況（1991 年）

（資料：タウンページ）

表 4 CVS チェーン別の立地傾向（1991 年）

	DID立地	DID外立地	チェーン別計
ローソン	13	5	18
デイリーヤマザキ	4	2	6
Kマート	2	4	6
いしづち	7	4	11
その他	25	14	39
総計	51	29	80

（資料：タウンページ）

トの店舗はDIDに立地する店舗でもっとも外縁部に立地しており、ドミナントエリアを形成していたローソンなどの店舗とは離れた位置に立地している。これは他店との競合を避けて、DID外へと店舗を出店する戦略が採用されたためと推測される。

## 2. 2012 年の状況

図8および図9は、2012年現在の和歌山県内のCVSの立地状況を示している。現在、和歌山県内に展開している主要CVSチェーンはセブンイレブン・ローソン・ファミリーマート・サークルKサンクス・デイリーヤマザキの5チェーンである。

これらのチェーンのうち、セブンイレブンは和歌山市、岩出市、紀の川市や橋本市といった国道24号線沿線の自治体にのみ立地展開している。セブンイレブンはこの地域に40店舗立地しているが、このうち23店舗が和歌山市内となっており、和歌山市への集中がみられる。そして、セブンイレブンに近似する出店傾向を持つのが、デイリーヤマザキである。デイリーヤ

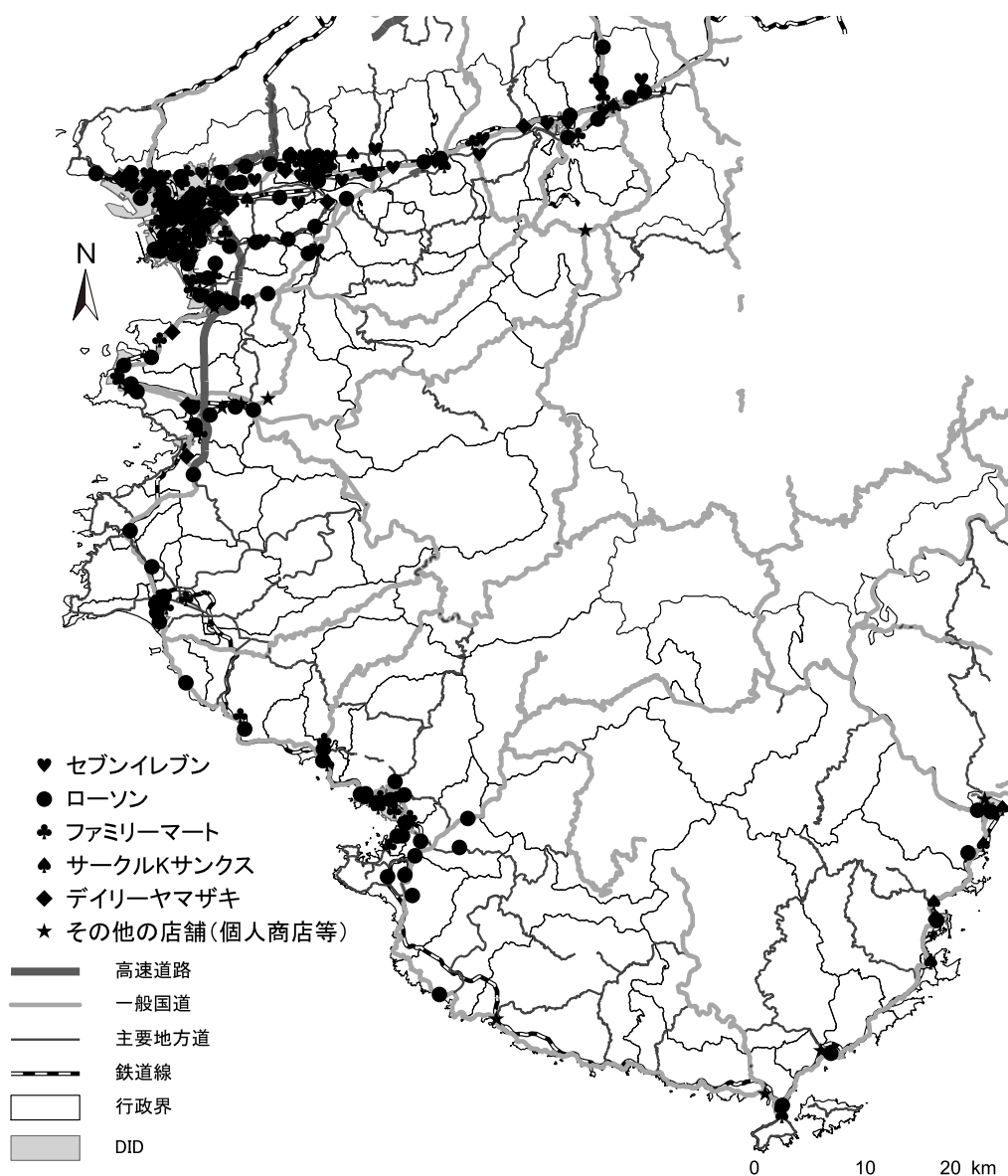


図8 和歌山県におけるチェーン種別のコンビニエンスストアの立地状況(2012年)

(資料:iタウンページ)

マザキは1991年においては紀北にのみ出店がみられたが、出店地域は現在では紀中の有田市まで拡大しているものの、出店傾向に大きな変化はない。店舗の増加がみられたのは和歌山市や橋本市など紀北の市町村に限られる。デイリーヤマザキは県内全体で18店舗立地しているが、和歌山市へはその半数以上の10店舗が立地している。隣接する海南市の3店舗を含めれば、海草地域のみで過半数を占めることになる。これら2チェーンが紀北を中心にドミナントエリ



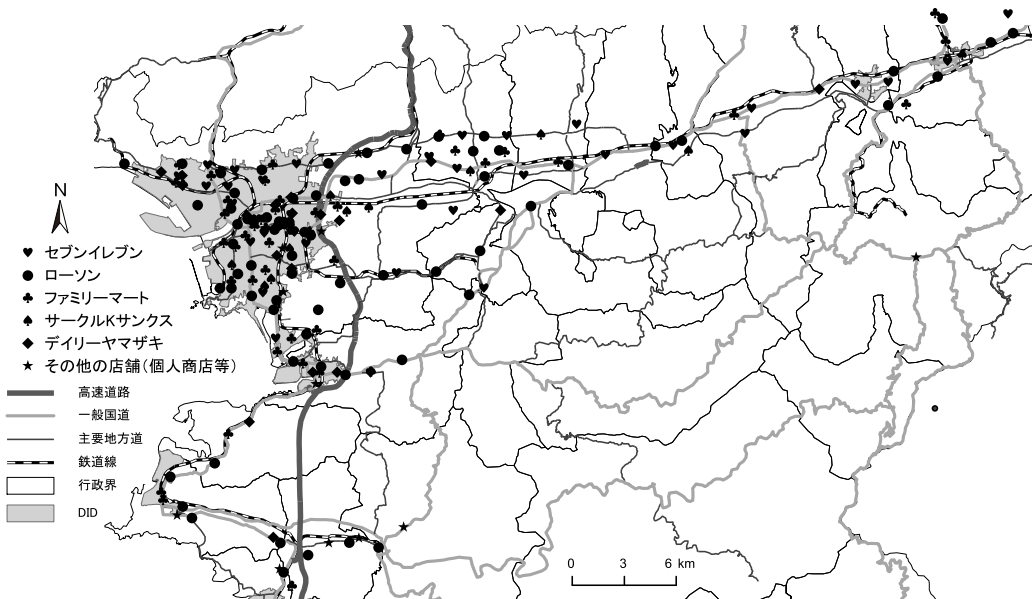


図9 紀北地域におけるチェーン種別のコンビニエンスストアの立地状況（2012年）

（資料：iタウンページ）

アを形成しているのに対して、サークルKサンクスは紀北と紀南、とくに東牟婁一帯にドミナントエリアを形成している。紀北では和歌山市に7店舗、岩出市や橋本市などに4店舗を展開しているが、紀中から紀南の西牟婁にかけては店舗が立地していない。東牟婁一帯では新宮市に3店舗、那智勝浦町に2店舗など全体で8店舗立地している。間に空白地帯を挟むことから、これらのドミナントエリアは相互に独立していると考えられる。

上記の3チェーンが県内の一部地域にドミナントエリアを形成しているのに対して、ローソンとファミリーマートは県内全域に店舗を展開している。ローソンは県内全体で106店舗展開しているが、和歌山市に39店とその1/3が立地している。紀北の他の市町村へは24店舗、紀中の市町村は19店、紀南の市町村に24店舗が立地している。この分布傾向は、ほぼ人口分布に則しており、紀北と紀南に重点的に立地しているといえる。ファミリーマートについても、県内全体で65店舗が立地しているが、和歌山市に31店舗、それ以外の紀北の市町村に13店舗、紀中の市町村に9店舗、紀南の市町村に12店舗が立地している。ローソン・ファミリーマートの紀中・紀南の店舗は、その多くが海岸部の市町村に立地しているが、有田・御坊・田辺・白浜といった人口規模の大きな自治体周辺に店舗が塊状に分布している。その一方で、白浜町(旧日置川町)以南では、県内に広く展開している両チェーンの店舗がみられない地域が生じる。この地域では個人商店がCVSを名乗って立地しているが、僅かに1店舗のみである。ローソン・ファミリーマートは東牟婁で店舗の展開がみられることから、田辺・白浜側のドミナントエリアと東牟婁のドミナントエリアは独立していると考えられる。

表5 CVSチェーン別の立地傾向（2012年）

	DID立地	DID外立地	チェーン別計
セブンイレブン	19	21	40
ローソン	39	67	106
ファミリーマート	37	28	65
サークルKサンクス	9	10	19
デイリーヤマザキ	10	8	18
その他	8	9	17
総計	122	143	265

(資料: iタウンページ)

1991年と同様に、これらのチェーンがどのような立地指向を持って出店しているのかを検討するために、立地地域別に集計した（表5）。現在、県内に出店している265店舗中DIDに立地している店舗が122、DID外に立地している店舗が143である。1991年と比較するとDIDでの集積も進んだが、DID外での集積の方がより大きかったことがわかる。このことから、県内でのCVSの増加は都市部、人口集中地区での増加に加えて、都市部の郊外や農村部での増加が著しいことによるものであった。チェーン別に検討すると、ファミリーマートとデイリーヤマザキをのぞけば、すべてのチェーンでDID外に立地する店舗の方が多くなっている。ただ、ファミリーマートとデイリーヤマザキも店舗数差は僅差であり、デイリーヤマザキについては1991年との比較でいえばDID外での店舗の増加が著しいともいえる。これらのチェーンのうち、とくにローソンはDID立地店の1.7倍に相当する店舗がDID外に立地しており、農村部を含めて県内に広く店舗展開していることがわかる。

## V 2時点間比較からみた県内コンビニエンスストアの立地変化—むすびにかえて

ここまでは和歌山県内のCVSの立地に関して、その展開過程と立地状況について、市町村別・チェーン別に1991年と2012年の状況を概観してきた。以降では、そこで得られた知見を整理・比較検討し、県内のCVSの立地に関する特徴と課題について考察していきたい。

まず、1991年では大手のナショナルチェーンで和歌山県内に店舗を展開していたのはローソンとデイリーヤマザキのみであった。これらのチェーンは紀北の都市部に集中的に店舗展開し、ドミナントエリアを形成していった。その一方で、紀中から紀南の市町村に関しては、一部の市や観光地を擁する町村にローカルチェーンのCVSが出店している以外は、ほぼすべての市町村でCVSの立地はみられなかった。ただし、一部の町村では個人商店等がCVSを名乗っている例もみられたが、II-1で整理したようなCVSとは性質を異にするものであることに注意しなければならない。

次に、2012年では5つのナショナルチェーンが和歌山県内に店舗を展開している。しかし、チェーンごとに立店傾向は異なり、大きくは県内の一部地域に展開するものと全県に展開する

ものに分かれる。一部地域に出店するもののうち、セブンイレブンとデイリーヤマザキは紀北の都市部を中心に周辺地域へとドミナントエリアを形成し、他地域では店舗の展開がみられない。サークル K サンクスは紀北の一部と紀南東牟婁にドミナントエリアを形成しているが、間に大きな空白地帯を有している。全県に展開するものはローソンとファミリーマートである。両チェーンとも県内の市部を中心に周辺地域へとドミナントエリアを形成しているが、展開する店舗数は人口の分布に応じて地域間に多寡がみられる。

2 時点間を比較すると、まず特筆される変化はナショナルチェーンの出店であろう。1991 年ではローソンとデイリーヤマザキの出店がみられるが、ローソンはダイエーを親会社としており元々は関西資本である。デイリーヤマザキも山崎製パンを親会社としており全国的な販売網を持つことから、早い時期からの出店があったものと考えられる<sup>7)</sup>。2012 年にはこれらの 2 チェーンに加え、セブンイレブン・ファミリーマート・サークル K サンクスが出店している。これらのチェーンのうち、ファミリーマートの出店が最も早く、1998 年に和歌山市内に 1 号店が開店している（日本経済新聞 1998 年 3 月 26 日付地方経済面）。出店の契機となったのは、堺市への配送センターの設置である。堺市から阪和自動車道を経由して紀北の市町村へと配送が可能となったことによって出店が加速している<sup>8)</sup>。次いでセブンイレブンが 2001 年に和歌山市内に 1 号店を出店している（日経流通新聞 2001 年 7 月 24 日付 8 面）。セブンイレブンも堺市へと配送センターを設置しており、紀北への所定時間内の配送が可能となったことが出店の契機とされている。

これらの出店を可能とした要因は、上述の通り泉州地域への配送センターの設置であるが、それと同時に高速道路など道路網の整備が挙げられる。阪和自動車道は 1984 年に吉備インターチェンジまで供用が開始されている。しかし、これらを利用しても大阪府内から配送できる範囲は紀北の一部に限られる。後に、阪和自動車道は 1994 年に広川インターチェンジまで、1996 年に御坊インターチェンジまで、2003 年にみなべインターチェンジまで、2007 年に現在の供用区間すべてまで延伸された。これを受けて、ファミリーマートは、2002 年に紀南へと出店地域を拡大させている<sup>9)</sup>。交通センサスのデータから県内の道路の旅行速度を検討すると、高速道路に関しては昼間非混雑時の旅行速度は時速 72.2km である。これを一般国道のそれと

7) 土屋（2000）の第 4 図によると、1986 年時点で和歌山市内への出店が確認できる。また、ローソンは 1980 年時点でも近畿地方に 99 店舗展開している。

8) 同記事では、1998 年の時点でローソンが店舗を展開していることを述べた上で、他社の大手各社の出店が進まない理由として京阪神地域内への出店を優先していること、物流網の整備が進まないことを挙げている。

9) 日経流通新聞 2002 年 7 月 11 日付の記事によると、紀南に先行出店していたのはローソン（18 店）であるが、2002 年 7 月の出店を契機に 9 月までに田辺市・白浜町など 6 市町村（いずれも当時）に 9 店舗、1 年以内に 15 店舗を集中的に出店する計画であると報じている。それと同時に、開店した白浜藤島店では夏の多客期に対応するために店舗へと大型搬入庫を設けて中に大型冷凍庫 2 機を設置して対応しているとも報じている。これは、単に集客を見越してというだけではなく、阪和道が当時御坊インターチェンジまでしか開通しておらず、渋滞等で輸送状況が逼迫したときの対応とも考えられる。

比較すると、一般国道は時速 42.8km となり、短縮効果が大きいことがわかる。高速道路の延伸によって、紀中・紀南が配送圏に組み入れられたことは想像に難くない。御坊インターチェンジ開通以降の 1998 年には、紀南へとローソンが出店している。ただし、高速道路の延伸だけでは出店は可能ではなく、ファミリーマートの事例のように配送センターの設置と交通環境の向上が一体的に行われること、すなわちチェーン企業の内部条件の改善がドミナントエリアの形成には重要と考えられる。

しかしながら、内部条件が改善したにもかかわらず、店舗の展開がみられない地域が存在する。たとえば、紀美野町や有田川町など紀北・紀中で CVS の出店がみられない町村は、紀南の立地地域と比較すれば十分に配送可能な地域である。にもかかわらず、CVS の出店がみられないのは、内部条件以外にはⅡで検討したと外部条件の 3 点がその要因と考えられる。そのうち、もっとも基礎的な条件に人口がある。これらの 2 町は人口 1 万人規模であるが、平成の大合併で成立した自治体であり、人口は旧町村の各集落に分散している。この場合でも最大規模の集落に店舗を立地させれば、店舗は維持できる可能性がある。にもかかわらず出店がみられないのは、地域全体で配送コストを黒字化できないためである。都市部と比較すると、山間部の町村では 1 店舗を維持する人口を確保するためには、店舗間の距離を拡げて複数の集落を商圈として組み込む必要が生じる。店舗間の距離を拡げれば、配送する距離は大きくなる一方で店舗は少ないために、1 ルートとして独立させるにはコスト負担が大きくなる。ゆえに、出店コストと維持コストを総合的に判断して、出店が見送られることになるのである<sup>10)</sup>。

上記のような人口条件を克服する可能性があるにもかかわらず、出店がみられない地域もある。これは旧日置川町から串本町の中心部にかけての 60km ほどの地域である。これは先にも述べたローソン・ファミリーマートの空白地帯である。高速道路の延伸によって配送圏が大きく拡大したことは指摘したとおりであるが、この地域ではその効果が相殺されるものと考えられる。紀南は地形的に山地が卓越し、かつ海岸付近にまで迫っている。集落は海岸沿いの狭小な平地に立地しており、道路や鉄道も平地である湾に沿って円弧状に屈曲する形で通過している。それゆえに、道路延長は長くなり、かつカーブであるために通行速度も低速にならざるを得ない。紀北と比較すれば、相対的には交通量も少ないために著しい速度の低下はみられないが、旅行速度は平均して時速 40km 台を超えることはない。この地域に店舗を立地させる場合、規模が大きい集落を擁するすさみ町などに店舗を立地させることになる。しかし、ここで田辺側から配送するか新宮側から配送するかが課題となる。Ⅱ-1 でみたように、CVS の配送圏は片道 3 時間が上限である。新宮など東牟婁に立地する CVS は紀勢自動車道および国道 42 号線を利用した三重県側からの配送が実施されていると考えられる。ところが紀勢自動車道は紀

---

10) 箸本(2002)は、荒井(1989)から長野県の一部地域に大手 CVS の空白地帯があることを指摘している。これは、配送拠点がある松本市からの配送の時間距離に課題があること、そして地域全体で配送コストを黒字化できるだけの店舗数を出店できないことが理由であると指摘している。



大内山インターチェンジまでしか開通しておらず、以降は一般道を走行することになる。そうすると、現状の交通体系では串本付近までがその限界と考えられる。阪和自動車道を利用した泉州地域からの配送圏も現状では田辺・白浜付近が南限となっている。仮に、田辺側から配送が可能であったとしても、規定の時間内に配送センターまで戻る事ができなくなる可能性が高い。ゆえに、この地域で CVS チェーンの出店がみられないのである。

以上、本稿は、和歌山県内の CVS に関して、その展開過程と立地状況について、市区町村別・チェーン別に 1991 年と 2012 年の状況の比較検討を通じて県内の CVS の立地に関する課題と要因を考察してきた。以上で述べた課題及び要因は、現在の環境での要因である。もちろん、高速道路の延伸や一般道の高規格化が実施されたり、和歌山県内に配送センターが設置されるなど、内部条件の変化がみられれば CVS の立地は加速する可能性が高い。とくに、最後に述べた紀南の一部地域への出店が行われる可能性は高いだろう。しかしながら、外部条件に起因する非立地地域では、今後とも立地が進む可能性は低いと考えられる。ただし、これについても集落の集約化など今後の農山村の変化や、一部のチェーンで開始されている移動 CVS のような取組が進展すれば変化する可能性がある。

最後に、本稿で残された部分について述べておきたい。今回の分析では、データ作成の制約から 1991 年と 2012 年という 20 年間を比較しているために、本来的には小さな変化も大きくなった可能性がある。これについては、高速道路の延伸などと前後した年次のデータを追加して、詳細な変化を補足する必要があるだろう。また、配送センターなどの立地は新聞記事など間接的な情報でしか補足できていない。これについても、CVS チェーンなどへの調査を通じて、その立地を把握する必要がある。これらのデータと GIS データを組み合わせることで、配送圏の拡大をより詳細に把握できることになろう。これらは次稿に譲りたい。

**謝辞：**桃山学院大学非常勤講師の安倉良二氏に有益なコメントをいただきました。末筆ながら記して感謝申し上げます。

### 参考文献

- 荒井良雄 1989. コンビニエンス・チェーンの物流システム. 経済学論集（信州大学）27：19-43.  
荒井良雄 2007. 社会の二極化と小売業態. 荒井良雄・箸本健二編『流通空間の再構築』1-17. 古今書院.  
土屋 純 2000. コンビニエンス・チェーンの発展と全国的普及過程に関する一考察. 経済地理学年報 46：22-42.  
土屋 純・箸本健二 2004. チェーンストアと物流システム. 荒井良夫・箸本健二編『日本の流通と都市空間』111-132. 古今書院.  
箸本健二 2002. 流通革命—コンビニエンスストアの立地戦略. 松原 宏編著『立地論入門』98-107. 古今書院.  
箸本健二 2004. 情報化と流通システムの再構築. 荒井良夫・箸本健二編『日本の流通と都市空間』193-213. 古今書院.

橋本雄一 2011. Web 版タウンページを用いたコンビニエンスストアの分布図作成. 橋本雄一編『GIS と地理空間情報 ArcGIS10 とダウンロードデータの活用』42-47. 古今書院.

## The Development of Convenience Stores in Wakayama Prefecture: A Comparative Analysis of their Locations and Distributions between 1991 and 2012

Kazufumi FUJITA

### Abstract

The purpose of this study is to clarify the development of convenience stores in Wakayama Prefecture through a comparative analysis of their locations and distributions between 1991 and 2012. In this study, I used the Geographical Information System (GIS) for location analysis. The results can be summarized as follows. The biggest difference between 1991 and 2012 was the advance of stores belonging to national-level chains. In 1991, two national chains had a presence in Wakayama Prefecture. Over the course of the last two decades, three national chains expanded into the prefecture. They exhibited three different tendencies in terms of location choice: Single-area dominant type, dual-area dominant type, and prefecture-wide type. 7-Eleven and Daily Yamazaki use a single-area dominant location strategy (mainly locating their stores in the northern part of the prefecture). Circle K Sunkus takes a dual-dominant location (stores located in the northern part and southern parts of the prefecture). Lawson and FamilyMart locate their stores throughout the whole prefecture. However, there are still two areas with no convenience store locations. These are the mountainous areas of the prefecture, and those districts that lie beyond the companies' distribution networks. In mountainous areas, there are not enough customers to support convenience stores. Similarly, it is impossible for any company to build dominance in an area that lies beyond its delivery network.